

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sejalan dengan perkembangan zaman, kemajuan teknologi internet semakin maju. Internet berfungsi sebagai aspek komunikasi, penyedia informasi, dan fasilitas untuk promosi. Dalam dunia bisnis, internet digunakan sebagai alat penghubung yang praktis untuk komunikasi antara perusahaan dengan pelanggan, tanpa harus memikirkan waktu dan lokasi [1]. Penggunaan internet dalam bisnis berubah dari fungsi sebagai alat untuk pertukaran informasi secara elektronik menjadi alat untuk aplikasi strategi bisnis, seperti: pemasaran, penjualan, dan pelayanan pelanggan. Pemasaran di Internet cenderung menembus berbagai rintangan, batas bangsa, dan tanpa aturan-aturan yang baku [2].

Maraknya bisnis dibidang makanan mendorong para pengusaha untuk bersaing secara sehat dalam mendapatkan konsumen. Persaingan tersebut terlihat dalam banyak hal, antara lain: persaingan cita rasa, bentuk, harga serta cara menjual atau penggunaan media sebagai ajang pemasaran produk. Seiringnya era digital yang semakin canggih, maka sebagian pengusaha atau produsen menawarkan produk mereka melalui internet [3].

E-commerce merupakan salah satu solusi untuk menawarkan produk melalui internet. *e-commerce* adalah sistem pemasaran secara atau dengan penggunaan akses internet, situs web, dan aplikasi *mobile* dan *browser* yang berjalan pada perangkat *mobile* dan digunakan untuk transaksi bisnis, secara formal dapat juga berarti adanya transaksi komersial antar organisasi dan antar individu. Cakupan *e-commerce* sendiri cukup luas yang umumnya mencakup layanan distribusi, penjualan, pembelian, *marketing*, layanan purna jual dan layanan dari sebuah produk yang secara keseluruhan dilakukan dalam sebuah sistem elektronika seperti internet atau bentuk jaringan komputer yang lain. *E-commerce* adalah perpaduan antara jasa dan barang serta kegiatan transaksi yang dilakukan terkait melalui internet yang

diharapkan dapat menjadi penggerak untuk memperbaiki perekonomian domestik melalui liberalisasi jasa domestik dan mempercepat integrasi dengan kegiatan produksi global. *E-commerce* adalah semua teknologi yang digunakan untuk mengumpulkan, memproses dan menyebarkan informasi. Penggunaan teknologi internet oleh sektor usaha kecil misalnya, adalah penting bagi kelangsungan hidupnya [2].

Dalam portal berita Kompas pada tanggal 26 November 2022 dengan judul "Aplikasi Pesan Makanan Online Dorong Penjualan UMKM 1,9 Kali Lipat Dibanding Offline", Alvara Research Center melalui penelitiannya "Digitalisasi UMKM: Dampak Platform Digital terhadap UMKM Kuliner" menjelaskan bahwa penjualan *online* mempercepat pertumbuhan penjualan UMKM dibandingkan hanya berjualan secara *offline* saja. Tercatat sekitar 95% UMKM kerja sama dengan kemitraan terkait dalam penjualan *online* lebih menguntungkan dan memberikan nilai tambah. Biaya yang dikeluarkan berupa biaya layanan (komisi) untuk kemitraan terkait bisa lebih terjangkau dibandingkan biaya yang dikeluarkan dalam penjualan *offline* dalam hal promosi untuk memperluas jangkauan penjualan.

Dari penelitian terdahulu mengenai sistem penjualan berbasis *e-commerce*, ada dari UMKM Sutan *Frozen Food* Tegal. Pada saat pandemi covid-19, UMKM Sutan *Frozen Food* mengalami penurunan omzet penjualan. Untuk mengatasi permasalahan ini, dibuatlah sistem penjualan berbasis *e-commerce* dengan maksud mempertahankan kelanjutan usaha serta meningkatkan pangsa pasar agar omzet penjualan bisa naik [4].

Usaha Topoci yang berada di Cilimus, Kuningan merupakan usaha yang baru saja berdiri sekitar bulan Februari 2022 dan bergerak di bidang kuliner dengan tema makanan korea. Usaha ini berbentuk *franchise*. *Franchise* [5] dalam bidang bisnis berarti kebebasan yang diperoleh seorang wirausaha untuk menjalankan sendiri usaha tertentu di suatu wilayah. Usaha ini terbilang baru sehingga jangkauan pasar masih dalam ruang lingkup yang terbatas. Di era digital sekarang ini, terdapat perubahan preferensi konsumen yakni konsumen cenderung memesan makanan secara *online*.

Dalam dunia usaha, perubahan itu harus segera dicari solusi kedepannya agar bisa tetap bersaing. Usaha kuliner saat ini sangat kompetitif, sehingga usaha untuk meningkatkan pasar yang lebih luas lagi dan dapat bersaing dengan usaha lain menjadi sangat penting. Biaya yang mahal juga menjadikan usaha ini mengalami kesulitan dalam mempromosikan usahanya. Selain itu, pengambilan keputusan dalam menentukan strategi promosi kurang maksimal karena kurangnya data transaksi yang dapat digunakan untuk mempertahankan keberlangsungan usaha kedepannya dalam menghadapi persaingan usaha yang kompetitif.

Berdasarkan latar belakang permasalahan diatas dalam upaya memaksimalkan penjualan dengan salah satu media berupa *website* dapat membantu untuk memaksimalkan penjualan dalam era digital ini. Perbedaan dengan penelitian terdahulu terdapat di lokasi penelitian. Lokasi penjualan makanan korea belum banyak diteliti sebelumnya. Dengan itu, peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul **"Implementasi e-Commerce B2C pada Penjualan Makanan Korea di Topoci Cilimus Kuningan Berbasis Web"**.

1.2 Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah yang dapat diuraikan pada penelitian ini adalah:

1. Persaingan dalam dunia usaha semakin meningkat seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi informasi, yang mengakibatkan perubahan preferensi konsumen menuju pola pemesanan makanan secara *online*.
2. Rendahnya efisiensi dalam strategi pemasaran yang mengandalkan brosur menyebabkan biaya pengeluaran yang tinggi.
3. Pengambilan keputusan dalam menentukan strategi promosi belum optimal akibat keterbatasan data transaksi yang tersedia.

1.3 Rumusan Masalah

Rumusan masalah yang dapat diuraikan pada penelitian ini adalah:

1. Bagaimana membangun sistem penjualan *e-commerce* B2C berbasis *web* yang efektif?
2. Bagaimana *e-commerce* B2C Topoci Cilimus Kuningan dapat meningkatkan daya saing, menekan biaya promosi, dan mengelola transaksi penjualan secara lebih efisien?

1.4 Batasan Masalah

Batasan masalah yang dapat diuraikan pada penelitian ini adalah:

1. *Product Management*
Strategi yang terkait dengan suatu produk mencakup tahap perencanaan, pengembangan, hingga produk tersebut siap untuk dijual.
2. *User Management*
Mengelola aktivitas yang berhubungan dengan hak akses individu ke sistem.
3. *Catalog Management*
Mengatur seluruh data dan informasi tentang produk yang akan dijual. Bertujuan untuk membantu pengguna dalam memilih produk yang akan dibeli.
4. *Order Management*
Mengatur semua data pemesanan dari pembeli. Fitur keranjang yang berfungsi untuk menyimpan produk yang telah dipilih dan selanjutnya akan di *checkout* oleh pembeli.
5. *Inventory Management*
Mengelola dan mengawasi stok produk. Manajemen inventori mempermudah pengelola toko online atau penjual dalam mengelola data stok barang yang dijual.

6. *Payment Service*

Prosedur pembayaran untuk produk yang dibeli. Ini berkaitan dengan pembayaran, dimana *e-commerce* memberikan kemudahan kepada pembeli untuk memilih dan membeli barang atau jasa yang dibutuhkan, serta melakukan pembayaran secara cepat secara *online*.

1.5 Tujuan Penelitian

Tugas akhir ini bertujuan untuk mengimplementasikan *e-commerce* sebagai media penjualan online di Topoci Cilimus Kuningan untuk meningkatkan jangkauan pasar, menciptakan daya saing dengan usaha sejenis, dan menekan biaya promosi.

1.6 Manfaat Penelitian

1. Bagi Peneliti

Memberikan pemahaman mengenai masalah praktis di berbagai bidang dan membantu dalam identifikasi solusi yang lebih efektif.

2. Bagi Tempat Usaha

Sistem *e-commerce* ini dirancang untuk mendukung penjualan *online*, sehingga dapat mengurangi biaya promosi dan meningkatkan daya saing dengan usaha sejenis.

3. Bagi Pembaca

Memahami permasalahan yang kompleks secara mendalam sehingga dapat menghasilkan informasi baru.

1.7 Pertanyaan Penelitian

Apakah sistem penjualan berbasis *e-commerce* dapat diimplementasikan pada usaha Topoci Cilimus Kuningan untuk meningkatkan jangkauan pasar dan menciptakan daya saing?

1.8 Hipotesis Penelitian

Sistem penjualan berbasis *e-commerce* ini dapat diimplementasikan pada usaha Topoci Cilimus Kuningan untuk meningkatkan jangkauan pasar serta menciptakan daya saing.

1.9 Metodologi Penelitian

1.9.1 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang diterapkan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

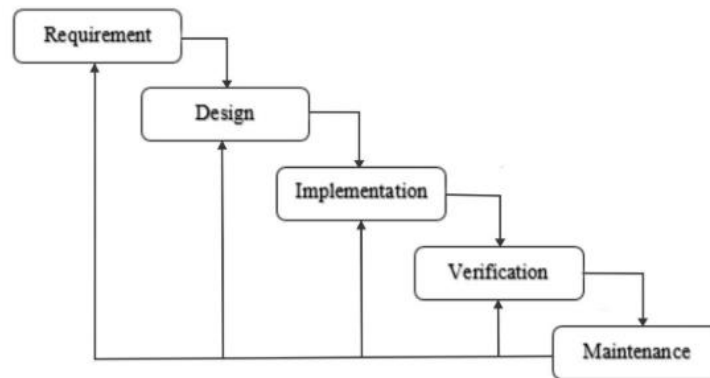
1. Observasi
Mengunjungi langsung lokasi usaha Topoci Cilimus Kuningan untuk menilai sistem yang sudah ada.
2. Wawancara
Bertanya langsung kepada ibu Neni Diana Sari selaku pemilik usaha mengenai informasi yang relevan untuk membangun sistem *e-commerce* bagi usaha Topoci Cilimus Kuningan terutama terkait pengenalan produk makanan korea.
3. Studi Pustaka
Mencari informasi dari berbagai sumber seperti buku, jurnal dan referensi lainnya yang mendukung penelitian ini.

1.9.2 Metode Pengembangan Sistem

Metode air terjun atau yang sering disebut metode waterfall sering disebut siklus hidup klasik (*classic life cycle*), nama lainnya yaitu *Linear Sequential Model*. Metode ini menggunakan pendekatan secara sistematis dan berurutan pada pengembangan perangkat lunak.

Disebut waterfall karena tahap demi tahap yang dilalui harus menunggu selesainya tahap sebelumnya dan berjalan berurutan. Model pengembangan ini bersifat linear dari tahap awal pengembangan sistem yaitu tahap perencanaan sampai tahap akhir pengembangan sistem yaitu tahap pemeliharaan. Tahapan berikutnya

tidak akan dilaksanakan sebelum tahapan sebelumnya selesai dilaksanakan dan tidak bisa kembali atau mengulang ke tahap sebelumnya [6].



Gambar 1. Metode Waterfall

Sumber: (Pressman, 2012) [7]

Berikut langkah dalam metode waterfall dalam mengembangkan sistem:

1. Kebutuhan (*Requirement*)

Pengembang sistem diperlukan komunikasi yang bertujuan untuk memahami perangkat lunak yang diharapkan oleh pengguna dan batasan perangkat lunak tersebut. Informasi dapat diperoleh melalui wawancara, diskusi atau survei langsung. Informasi dianalisis untuk mendapatkan data yang dibutuhkan oleh pengguna.

2. Desain (*Design*)

Membuat desain sistem yang dapat membantu menentukan perangkat keras (hardware) dan sistem persyaratan dan juga membantu dalam mendefinisikan arsitektur sistem secara keseluruhan.

3. Implementasi (*Implementation*)

Sistem pertama kali dikembangkan pada program kecil yang disebut unit, yang terintegrasi dalam tahap selanjutnya. Setiap unit dikembangkan dan diuji untuk fungsionalitas yang disebut sebagai unit *testing*.

4. Verifikasi (*Verification*)

Sistem dilakukan verifikasi dan pengujian apakah sistem sepenuhnya atau sebagian memenuhi persyaratan sistem, pengujian dapat dikategorikan ke dalam unit testing (dilakukan pada modul tertentu kode), sistem pengujian (untuk melihat bagaimana sistem bereaksi ketika semua modul yang terintegrasi) dan penerimaan pengujian (dilakukan dengan atau nama pelanggan untuk melihat apakah semua kebutuhan pelanggan puas).

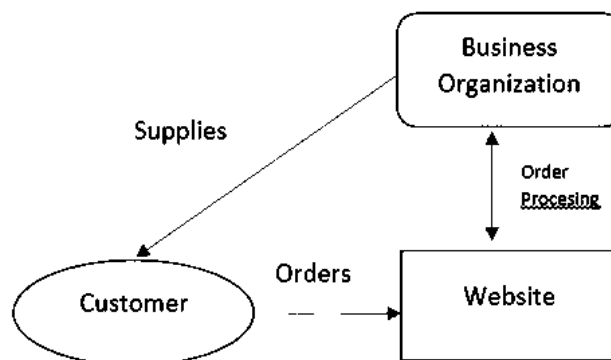
5. Pemeliharaan (*Maintenance*)

Perangkat lunak yang sudah jadi dijalankan serta dilakukan pemeliharaan. Pemeliharaan termasuk dalam memperbaiki kesalahan yang tidak ditemukan pada langkah sebelumnya.

1.9.3 Metode Penyelesaian Masalah

B2C (*business-to-consumer*) adalah jenis bisnis yang dilakukan antara pelaku bisnis dengan konsumen seperti halnya antara perusahaan dalam menjual dan menawarkan produk ke konsumen secara tradisional. Pihak produsen melakukan bisnis dengan menjual dan memasarkan produk tanpa adanya *feedback* dari konsumen untuk melakukan bisnis kembali kepada pihak produsen (tidak berlangganan), artinya perusahaan menjual produk ke konsumen hanya sebagai pemakai atau pembeli [8].

B2C (*business-to-consumer*) mengubah model bisnis tradisional dan menciptakan model bisnis yang baru dari yang sebelumnya melakukan perdagangan tradisional menjadi perdagangan *online*. Misalnya, model bisnis yang umum adalah toko ritel yang menjual produk ke pelanggan. Beberapa perusahaan telah menemukan cara baru untuk menggunakan model bisnis yang sudah mapan [9].



Gambar 2. Model B2C

Sumber: (Hutauruk, 2019) [10]

1.11 Sistematika Penelitian

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini diuraikan tentang Latar Belakang, Identifikasi Masalah, Perumusan Masalah, Batasan Masalah, Tujuan dan Manfaat Penelitian, Pertanyaan Penelitian, Metodologi Penelitian, Sistematika Penulisan sebagai acuan awal.

BAB II : LANDASAN TEORITIS

Pada bab ini menjelaskan tentang Landasan Teori yang menjelaskan tentang teori-teori terkait bahasa penelitian, penelitian sebelumnya, kerangka teoritis yang digunakan untuk perbandingan kemungkinan solusi penelitian.

BAB III : ANALISA DAN PERANCANGAN

Pada bab ini mengenai Analisis Sistem, Perancangan Sistem dan Perancangan Antarmuka yang akan dibangun pada usaha makanan korea Topoci Cilimus Kuningan.

BAB IV : IMPLEMENTASI DAN PENGUJIAN

Pada bab ini membahas mengenai Pengujian Sistem yang dilakukan untuk mengukur keselarasan fungsi logika dan Implementasi sistem dilakukan untuk mengukur tingkat efisiensi dan efektifitas penerapan sebuah aplikasi.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini merupakan penutup dari penulisan skripsi yang terdiri dari kesimpulan dari pembahasan dan sarang untuk perbaikan.